



Medieninformation

Aus Konen wird Breuninger

Umbau von insgesamt über 12.500 Quadratmetern

Stuttgart, 11.11.2022

Nach dem erfolgreichen Zusammenschluss im vorigen Jahr, läutet das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger die nächsten Schritte im Integrationsprozess des Münchner Traditionshauses Konen ein: Bis 2023 wird aufwendig umgestaltet und das bisherige Konen Haus zu einem Breuninger Flagship-Store umgebaut. Die namentliche Umbenennung erfolgt ebenfalls im Laufe des kommenden Jahres.

Von außen betrachtet, wirkt noch alles noch wie immer. Der prägende Konen-Schriftzug an Sendlinger Straße, Rosental und Oberanger ist weiterhin sichtbar. Doch im Inneren des Department Stores läuft die Transformation auf Hochtouren. Seit rund einem Jahr ist Breuninger neuer Eigentümer der Konen Bekleidungshaus GmbH & Co. KG. „Was uns eint, sind unsere Werte, unsere Philosophien und die Leidenschaft Gastgeber zu sein“, erklärt Breuninger CEO Holger Blecker. Bekannt ist Breuninger in der bayrischen Hauptstadt bislang maßgeblich durch seinen stark wachsenden Onlineshop: „München ist für uns ein wichtiger Standort, wir fühlen uns hier sehr wohl. Wir wollen neue Kundinnen und Kunden für Breuninger begeistern und all denen, die Konen über Jahre treu waren weiterhin eine Heimat bieten“, so Holger Blecker.

Das Bekenntnis zu einem vernetzten, stationären Handel, eng verzahnt mit dem Online-Angebot von Breuninger, ist elementarer Teil der langfristigen Wachstumsstrategie von Breuninger. München als weltweit bekannte Kultur- und Wirtschaftsmetropole war eine langgehegte Wunschdestination des Fashion- und Lifestyle-Unternehmens, und Konen mit seiner starken Marke, der tiefen lokalen Verankerung sowie der engen Kundinnen- und Kundenbeziehung eine perfekte Ergänzung seines stationären Portfolios: Mehr als 12.500 Quadratmeter Verkaufsfläche insgesamt, die bis 2023 nach und nach modernisiert werden. In welche Richtung es geht, lässt sich bereits erkennen. Das gestalterische Konzept setzt auf warme Farben und natürliche Materialien wie Holz. Die Kombination soll für eine entspannte Atmosphäre sorgen. Im Zuge des Umbaus ist zudem ein gastronomisches Erfolgskonzept für den Münchner Flagship-Store geplant.

Breuninger schafft bis zu 100 neue Arbeitsplätze in München

Die Doppelspitze des neuen Breuninger Flagship-Stores in München, bestehend aus René Weise, bisher Verkaufsleiter bei Konen und Bram, und Alexander Entov, zuvor Geschäftsführer des Breuninger Hauses in Freiburg, startete unmittelbar in die Rekrutierungsphase und wird in den nächsten Monaten zahlreiche neue Stellen besetzen. Gesucht werden bis zu 100 zusätzliche Fachkräfte über alle Ebenen hinweg für den Verkauf der Bereiche exklusive Designermode und Premiummarken, Special Service - ein persönliches Beratungskonzept von Breuninger - sowie für den Bereich Beauty. „Die Begeisterung und Leidenschaft für Mode, Beauty und Lifestyle sowie eine hohe Serviceorientierung sind die entscheidenden persönlichen Eigenschaften für uns“, so René Weise über die wesentlichen Suchkriterien für das Team in München. „Wir wollen ein guter Gastgeber sein und die Kundinnen und Kunden jeden Tag neu gewinnen. Dafür brauchen wir die besten Mitarbeiter:innen und suchen bis zu 100 neue Kolleginnen und Kollegen“, ergänzt Alexander Entov.

Kuratiertes Sortiment an begehrten Premium- und Designer-Marken

Seine Kundinnen und Kunden in die faszinierende Welt der Mode zu entführen und dabei Inspiration zu bieten und emotionale Momente zu schaffen - darin hat Breuninger eine über viele Jahrzehnte gewachsene Tradition und Erfahrung: 2021 feierte das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen sein 140-jähriges Jubiläum. Mit seinem kuratierten Sortiment an internationalen Designermarken und ausgesuchten Newcomer Brands setzt Breuninger bis heute hohe Maßstäbe in den Bereichen Fashion, Beauty und Lifestyle. Im neuen Münchner Flagship-Store erhalten Kundinnen und Kunden schon jetzt einen exklusiven Vorgeschmack auf das zukünftige Premium- und Designersortiment von Breuninger.

Innovative Omnichannel-Services

Vor allem der persönliche Kontakt zu den Kundinnen und Kunden sowie eine moderne Shoppingatmosphäre sind die zentralen Ansprüche bei Breuninger: Die exklusiven und innovativen Services wie das Personal Shopping, den oder die digitalen Angebote wie Click & Collect oder den Online-Bestellservice machen Breuninger zu Deutschlands führendem Omnichannel Department-Store und werden nach und nach auch Einzug in den neuen Flagship-Store in München halten.

Bilder zum Download:

<https://www.picdrop.com/e.breuningermbh./VfrarMcy5e>



* Bearbeitungen oder andere Umgestaltungen des Bildmaterials dürfen nur mit Einwilligung der Breuninger GmbH & Co. vorgenommen werden.

E. Breuninger GmbH & Co.

Das Fashion- und Lifestyle-Unternehmen Breuninger wurde 1881 von Eduard Breuninger gegründet und zählt heute zu den führenden Omnichannel-Department-Stores in Europa. Seit 140 Jahren setzt Breuninger mit einer exklusiven Auswahl an internationalen Designermarken und ausgesuchten Newcomer Brands hohe Maßstäbe in den Bereichen Fashion, Beauty und Lifestyle. Der im Jahr 2008 gestartete Onlineshop www.breuninger.com zählt zu den erfolgreichsten im Premiumsegment und ist auch in Österreich, der Schweiz, Polen, Tschechien, Belgien, den Niederlanden, Luxemburg, Spanien und Italien verfügbar. Neben Stilbewusstsein und Trendgespür steht Breuninger für eine ausgeprägte Kundenorientierung: Serviceangebote wie der Special Service, das hauseigene Maßatelier, Click&Collect und Online Reservierung, der Instore Bestellservice sowie der Shuttle Service sorgen stationär und online für ein einzigartiges Einkaufserlebnis. In Deutschland und Luxemburg gehören nunmehr 13 Häuser mit rund 6.500 Mitarbeiter:innen zu Breuninger. 2024 ist die Eröffnung von Breuninger in Hamburg geplant.